

CONSULTA UFFICIO NAZIONALE COMUNICAZIONI SOCIALI

Ordine del giorno del 10 luglio 1978

1. - Rapporto sulla attuale situazione nei vari settori della Comuni  
càzione Sociale.

Questo punto prevede una informazione su:

- a) RAI-TV con particolare riferimento all'accesso, alla 3<sup>a</sup> Rete, alle rubriche religiose. *Barina*
- b) Cinema con particolare riferimento alla situazione generale, alle sale dipendenti dall'Autorità Ecclesiastica, alla nuova legge.
- c) Radio private.
- d) Settimanali diocesani. *Avvenire. Cristof. S. I. P. (Fallani)*
- e) AIART.

L'informazione verrà data da esperti nei vari settori.

2. - Ipotesi per un piano di lavoro per il prossimo anno sociale.

Questo punto prevede:

- a) L'esame di una proposta di un Seminario di studio da tenere in ogni regione sulla situazione e sulle prospettive.
- b) Valutazione dell'opportunità di un incontro di studio nazionale ed eventuali indicazioni al riguardo.
- c) Calendario per gli incontri della Consulta.

3. - Varie.

RIUNIONE DELLA CONSULTA DELL'UFFICIO NAZIONALE DELLA C.E.I. PER LE  
COMUNICAZIONI SOCIALI

Roma, 10 luglio 1978

Scheda dell'intervento di  
Silvano Battisti, Segretario  
Generale della Associa-  
zione Cattolica Esercenti  
Cinema (ACEG)

- Non intendo censire le presenze del mondo ecclesiale nel campo del cinema (strutture SPF, attività e uffici di Ordini religiosi, movimento associativo di cinecircoli, pubblicazioni) né ho elementi adeguati per fare brevemente il punto sullo stato di tali presenze.

- Il fenomeno forse più vistoso: le sale cinematografiche conosciute come "parrocchiali"

- Appena un cenno alle <sup>dimensioni</sup> ~~dimensioni~~ del fenomeno, secondo dati ufficiali (SIAE) del 1976:

a) 3.700 cinema (34% del totale)

b) 202.500 giornate di spettacolo (circa il 12% del totale)

c) 35,5 milioni di spettatori (circa l'8% del totale)

d) 13,5 miliardi di incasse (circa il 3,7% del totale)

- Il "momento" associativo:

a) coscienza della centralità del fatto associativo, tra gli opposti estremi dell'istituzione e del movimento di opinione;

b) rinnovata attenzione verso la capacità delle strutture in quanto tali e in quanto costituenti un contributo potenziale alla crescita o al consolidamento di comunità locali (allargamento dell'area di interesse);

c) preoccupazione per la sottoutilizzazione delle strutture e per le carenze dei quadri intermedi;

d) constatazione della sussistenza di difficoltà nel cammino per ottenere una particolare considerazione degli strumenti della comunicazione sociale in generale, e delle sale delle comunità in particolare, nei piani pastorali globali ai vari livelli.

*prima versione*

- La crisi del cinema:
  - a) 160 milioni di spettatori (un terzo) in meno tra il 1975 e il 1977
  - b) trasformazione del consumo (irreversibilità)
  - c) chiusura di sale
- I progetti di nuova legge per il cinema ed alcune loro peculiarità di presumibile maggiore interesse in questa sede:
  - a) abolizione della censura amministrativa
  - b) fine del sistema dei ristretti
  - c) promozione e sostegno della qualità
  - d) liberalizzazione dell'apertura di sale
  - e) poteri delle Regioni

- La crisi del cinema:

- a) 160 milioni di spettatori (un terzo) in meno tra il 1975 e il 1977
- b) trasformazione del consumo (dalle pubbliche sale al privato e domestico)
- c) cause (contingenti e/o strutturali) ed irreversibilità almeno parziale
- d) chiusura di sale (fenomeno attualmente più accentuato nel settore commerciale che in quello cosiddetto parrocchiale)

- I progetti di nuova legge per il cinema ed alcune loro peculiarità di presumibile maggiore interesse

- a) abolizione della censura amministrativa (tutti concordi, ed altrettanto concordi per la tutela dei minori; il progetto del PSI prevede l'abrogazione degli artt. 528 e 529 del codice penale, con la scomparsa quindi della nozione penalistica di "spettacolo osceno" peraltro contenuta nell'art. 21 della Costituzione, e con riflessi difficilmente valutabili sui comportamenti soprattutto delle televisioni private)
- b) fine del sistema dei ristorni (il denaro pubblico non verrebbe più dato a posteriori, senza selettività e premiando ulteriormente il successo)
- c) promozione e sostegno della qualità (accentuazione ed ampliamento dell'intervento in favore della circolazione dei film di qualità culturale e artistica)
- d) liberalizzazione dell'apertura di sale (probabile scomparsa della licenza di esercizio a carattere parrocchiale e ricerca di una caratterizzazione non più giuridico-amministrativa; problemi disciplinari)
- e) poteri delle Regioni (rinvio alle leggi di settore per il cinema, il teatro e la musica per quanto concerne il decentramento; perplessità derivante da comportamenti discrezionali da parte di alcune Regioni)

*da realizzare Tra ottobre '78 e maggio '79*

SEMINARIO DI STUDIO SU "SITUAZIONE E PROBLEMI DELLA COMUNICAZIONE SOCIALE NELLA REGIONE CON PARTICOLARE RIFERIMENTO AL MONDO ECCLESIALE".

---

A.- L'iniziativa vuole essere:

- a) un momento di riflessione e di presa di coscienza della situazione esistente nella regione nel campo della comunicazione sociale tenendo conto della nuova realtà che si è venuta configurando in questi ultimi tempi (es. radio, TV private, crisi del cinema, ripresa del teatro ecc.) e del maggior spazio di intervento che in questo settore avrà l'ente regione in virtù del decentramento di molti poteri dello stato in materia di spettacolo;
- b) un momento di verifica dell'attività che svolgono gli organismi ecclesiali (ed ecclesiastici) operanti nel settore allo scopo di valutarne la funzionalità pastorale nel mutato contesto;
- c) un'occasione di un miglior coordinamento delle varie iniziative in atto nel campo ecclesiale e della messa in opera di altre eventuali strutture qualora l'esame della situazione lo richiedesse.

B.- Per raggiungere tali scopi è necessario realizzare nella fase preparatoria:

- 1) un'accurata indagine nei vari settori della Comunicazione Sociale per avere un quadro il più possibile completo della situazione: stampa (quotidiana, settimanale, periodica) cinema, radio, TV (private e pubbliche), mezzi leggeri o group media, ecc., prendendo nella dovuta considerazione quanto è già stato predisposto dall'amministrazione regionale in materia e quanto prevedibilmente sarà stabilito in seguito alla 382.
- 2) Valutare seriamente il peso che avrà l'entrata in funzione della terza rete TV (gennaio 1979) che sarà rivolta e a disposizione delle regioni.
- 3) Un attento esame delle possibilità di coordinamento dei vari organismi operanti in un medesimo settore e di collegamento fra i vari settori.

C.- La celebrazione del Seminario di studio dovrebbe avvenire sulla scorta di una relazione a più voci costruita con gli elementi raccolti dalle indagini, ricerche, esami previsti al punto B. La riflessione sollecitata dalla suddetta relazione dovrebbe far emergere indicazioni operative funzionali e soprattutto portare all'individuazione di elementi utili alla formulazione di un piano pastorale a dimensione regionale.

## OSSERVAZIONI ORGANIZZATIVE

---

### Organismi da coinvolgere

1. Uffici diocesani per la comunicazione sociale (in modo che siano presenti tutti i settori della Comunicazione Sociale: cinema, stampa, radio-TV, teatro).
2. Delegazione diocesana ACEC
3. Settimanali diocesani
4. Radio e TV private ecclesiali
5. Federazione oratori od organismi simili
6. Uffici catechistici diocesani (o per la dottrina alla fede)
7. Uffici diocesani per la scuola e l'educazione

### Motivazioni del coinvolgimento e compiti dei vari organismi nella fase preparatoria del Convegno

L'opportunità di coinvolgere organismi che direttamente non hanno competenza nel campo della Comunicazione Sociale deriva dal fatto che in realtà i problemi della comunicazione interessano da vicino tutta l'area dell'evangelizzazione in cui gli uffici e le iniziative sopra indicati si muovono.

In particolare:

- a) l'Ufficio Diocesano per le Comunicazioni Sociali è per natura suo coinvolto nell'iniziativa essendo di diritto (e si suppone anche di fatto) il punto di riferimento, di coordinamento e di stimolo delle attività dei vari settori della Comunicazione Sociale nella diocesi.

Nella fase preparatoria del Seminario dovrebbe:

- individuare organismi operanti nel campo della Comunicazione Sociale evidenziandone le finalità e le iniziative
- fare un quadro di comparazione dei suddetti organismi per mettere in risalto convergenze, divergenze, sovrapposizioni

- individuare e segnalare possibilità di coordinamento di quanto esiste, carenze da colmare, possibilità o meno di colmarle, difficoltà obiettive (o soggettive) che si frappongono alla realizzazione di un piano d'attività funzionali per i bisogni della diocesi.

b) Le delegazioni diocesane AGECC pur essendo collegate con l'Ufficio diocesano (almeno si suppone), hanno una loro autonomia (essendo una struttura di un'Associazione nazionale). Inoltre la loro area di interessi abbraccia non solo il cinema ma anche altri strumenti della comunicazione sociale. Per questi motivi è opportuno che anch'essa siano coinvolte in prima persona nella preparazione del Seminario.

Gli impegni a cui assolvere, potrebbero essere:

- censimento aggiornato delle sale cine-teatrali esistenti in diocesi segnalando se in funzione o meno
  - se con regolare licenza o meno e quale tipo
  - la frequenza dell'attività
  - la natura dell'attività (ricreativa, culturale, cinematografica, teatrale, musicale ec.)
  - la destinazione dell'attività
  - il perseguimento o meno di un piano
- indicazione di linee programmatiche dell'attività della delegazione
- indicazione dettagliata dei servizi realizzati dalla delegazione (SAS ecc.)
- segnalazione di difficoltà obiettive (o soggettive) che si incontrano nell'espletamento dell'attività.
- possibilità o meno di superarle
- individuazione di eventuali carenze (strutturali o di altra natura) ed indicazioni per il loro superamento
- valutazione della possibilità di collaborazione con altri organismi o uffici diocesani

c) i settimanali diocesani pur collegati con l'ufficio diocesano per la comunicazione sociale (si suppone) hanno anch'essi una loro autonomia e pertanto vanno coinvolti direttamente.



Il loro contributo alla preparazione del Seminario potrebbe così articolarsi:

- indicazioni utili a dare un quadro esatto della loro situazione (a tiratura, personale, attrezzature, zone di diffusione)
  - indicazioni di eventuali linee conduttrici seguite dal giornale
  - indicazioni delle principali difficoltà (o carenze) che si incontrano e proposte per superarle
  - valutazione dell'incidenza che si ritiene di esercitare sull'opinione pubblica (quale tipo di pubblico, su quali problemi, ecc.)
  - valutazione della possibilità di collaborazione con altri organismi od uffici diocesani
- d) Radio e TV private ecclesiali (che l'UCS si premurerà di individuare. Il fenomeno è solo agli inizi, ma può avere un'incidenza notevole nella problematica della Comunicazione Sociale in regione. Essendo queste iniziative quasi sempre staccate dall'UCS, vanno coinvolte direttamente.

Il loro contributo potrebbe così articolarsi:

- indicazioni dei dati tecnici dell'emittente
- indicazioni dei dati sui programmi (articolazione oraria, contenuti)
- indicazioni sul personale che collabora (volontario, dipendente, ecc)
- indicazioni sulle linee programmatiche
- indicazioni sulla presumibile utenza
- valutazione della possibilità di collaborazione con altri organismi od Uffici Diocesani
- indicazione delle difficoltà incontrate e di proposte per superarle
- indicazione di possibili sviluppi.

Gli elaborati dei vari organismi raccolti in modo chiaro e sintetico dagli Uffici Diocesani per la Comunicazione Sociale vanno inviati all'Equipe organizzatrice del seminario.

- e) Gli uffici diocesani catechistici, per la scuola, per gli Oratori vanno coinvolti già nella fase preparatoria per i seguenti motivi:

- Oggi l'azione di evangelizzazione e di catechesi tende sempre più ad avvalersi dei mezzi della comunicazione sociale in sintonia con le indicazioni del Concilio Vaticano II (Inter Mirifica) e con il più recente insegnamento della Chiesa (Communio et Progressio)
- La larga diffusione degli strumenti della Comunicazione Sociale incide sempre più massicciamente sulla formazione dell'opinione pubblica e della mentalità della gente.  
Le cattedre maggiormente ascoltate sono la TV, la radio, i giornali, il cinema.
- Anche la scuola, sia pubblica che privata, sta prendendo coscienza (sia pure lentamente) di un tale fenomeno e si sforza di adeguare le proprie metodologie.

Gli organismi ecclesiastici che a vario titolo operano nel campo della pastorale (come i suaccennati uffici) possono pertanto dare un concreto e funzionale contributo alla realizzazione del Seminario.

I modi potrebbero così sintetizzarsi:

- indicare gli orientamenti seguiti dai singoli uffici circa l'uso degli strumenti della Comunicazione Sociale nella propria attività
- realizzare nelle aree di loro competenza una indagine tendente ad individuare se come e quanto vengono usati i mezzi della Comunicazione Sociale a livello catechistico, scolastico, di formazione oratoriana
- eventuali proposte operative che tengano conto della realtà esistente nella comunità ecclesiale in cui operano.

Anche gli elaborati di questi uffici vanno inviati all'équipe organizzatrice.

L'équipe organizzatrice che piloterà la fase di preparazione del Seminario dovrebbe essere formata da un rappresentante per ogni gruppo di organismi invitati, vale a dire da 7 persone.

# RIUNIONE CONSULTA UNCS 10/7 /78

Moss-Mavenna, Cusiotti, Toscani (Miri) Rotino (Puffa),  
Zingali (AIART), Busti (Chombardoa), Chiaravizza (Piemonte)  
Vucini (Lazio), Samaleni (RAI), Follani (Stampa)  
Pardolli (FISC), Balzano (Edi) Serpi, Mordue

- Introduce Moss-Mavenna

- Cusiotti: 1<sup>a</sup> riunione Consulta composta da direttori uffici  
ufficiali (C.) - responsabili le associazioni collegate  
con la finanziaria (Edi, ACEC, AIART, FISC) - Rapporti  
unitari; quelle che hanno provveduto al rinnovo delle  
cariche (13 su 16) scaglate ovunque Sardegna e  
Lucania

---

Samaleni: C. d'A. sta costruendo un disegno attinente

1) piano generale dell'attuale ristrutturazione aziendale  
accertamento del decentramento (presenza dei centri della  
base mediante la formulazione di proposte e l'accordo)

2) cosa succede nelle sedi regionali (doc. 12-13/10/76)  
dovrebbe essere dotato di struttura di programmazione

ricerca - news di base (case studies TV)

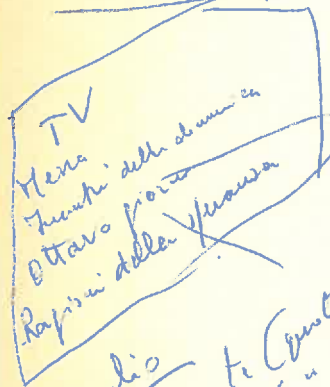
reti-entroblocchi dei vertici aziendali quanto le reti  
- partecipa alla programmazione delle prime due reti

attività 3a rete : coordina programmazione delle reti  
ed integrabile

accesso partito dalle sottoscrizioni parlamentari e dei  
comitati regionali (di consulenza) per i nuovi  
industrializzati

BAIHA

Pratiche televisive - alcune sono pradicamente e non  
non quindi preparate alla distanza



- altre non programmate; non spinte  
dei Censis, Censis, Censis, Censis, Censis  
che agiscono, anche le direzioni dell'UNICEF

Radio  
un minuto per te (Censis)  
Censis si fa ricca (Censis)  
Censis - domenica (Censis)  
Censis cattolico (Censis)

Sorgi

TV private

problemi al garantire libertà pluralismo dell'informazione  
2001. (72) proprio 2 P

Val d'Aosta

4 (caj. d.)

Piemonte

24

22

di cui 8 a TO

(tram 12)

Tre Venezie

20

T { 3 (2 a TV)  
F. { 7 (2 a TV)  
V. { 18

Lombardia

27

40 (di cui 18  
a MI)

Liguria

16

11 (6 a GE)

Emilia

18

29 (11 a Bo)  
contro 4

Toscana

26

37 (12 a FI)  
contro 5

Ambrosia

6

7 (2 PG)

Marche

8

10 (3 AN)

Lano	43	71	(5T & 120M Cuba 36)
Camparia	16	30	(17 Cuba & on NA)
Abm 1/2	6	9	(8 Pisco)
Melore		2	
Purple	17	16	(5 on BARI)
Barricata	1	1	
Calabria	11	8	
Licata	30	42	(14 Cuba & 9 on PA)
Sandepa	8	4	

---

(radio 1948) 373

reflexione : principio de legge autonoma fu i  
criteri autoirrativi

domanda : insistere nel unico federalismo o  
accettare la logica della privatizzazione?

---

PERADOTTO

Settimanali decarati (122)

- Sostenere fortemente la dimensione regionale  
(civili o regionali paesi)
- Similare su "Regioni, autonomia,  
decentramento, partecipazione"

26-29 ottobre a S. Miniato

uscita dei giornali fascicolati o ricorrali  
(coagulo dell'opinione civile)

unido di parti di fronte a 382-616

si rialtra mobilità del caplungo, in caso di  
stampa regionale

gli spettacoli organizzati dalle Regioni

legge sull'editoria : poca attenzione per la stampa  
locale (è stato elaborato un concetto di "stampa locale")  
scarso ruolo dell'UCSI -

c'è bisogno di dire da fare per i rapporti con  
"Avvenire" : collegamento fra le pagine regionali  
e sciopisti di denaro ; rapporto in "A. 7"

"Pace d'Epire" nell'ambito della Federazione Internazionale  
della Stampa Cattolica

Cerisio

AVVENIRE : diffusione (P/S/18) : 80'128 copie  
abbonamenti (43268) vendita edicola  
(18'000) e un resto del venduto derivante  
dalla buona stampa  
di documenti <sup>medi</sup> 161'021  
trasordinarie 880'000

di 12 edizioni quotidiane  
16 pagine affidate

deficit annuale circa 5 miliardi (1978)

deve continuare a fare pagine regionali?



FALLAM

NS : mancanza di freno delle informazioni

---

AIART

Zingales

due Vice Presidenza : culturale (Aoi jabb) e  
organizzativa (Viti)

liberi "poverani"

pubblicità : nella legge della RAI  
ricerca in forami

- Come consentire alla logica del servizio pubblico?  
no, secondo i documenti partecipa
- da fronte al servizio pubblico, come ci colleghiamo  
con comitati di utenti

Alcune incontri di studio nazionale

---

da 2 a 4 riunioni nell'anno  
della Consulta UNCS

---

Filmato TV sui "unser padri"

---

